

УДК 339.138

Шветаб Рана, К. М. Ольховиков

Уральский федеральный университет
имени первого Президента
России Б. Н. Ельцина,
г. Екатеринбург, Россия

Shwetabh Rana, K. M. Olkhovikov

Ural Federal University named after
First President of Russia B. N. Yeltsin,
Ekaterinburg, Russia

АКТУАЛЬНАЯ МОЛОДЕЖНАЯ КУЛЬТУРА В ЗЕРКАЛЕ БОЛЛИВУДА

Кинематограф представляет собой существенную предпосылку современной аудиовизуальной коммуникации. Болливуд является мировым лидером по производству фильмов. В последние годы киноиндустрия Индии сознательно и планомерно переориентируется на молодежную аудиторию регионально и глобально, созидая актуальные молодежные культурные ценности.

Ключевые слова: индийское кино, молодежная культура, аудиовизуальные коммуникации.

ACTUAL YOUTH CULTURE IN THE MIRROR OF BOLLYWOOD MOVIES

Cinema is the most essential premise of actual audiovisual communications. Bollywood is absolute leader in volumes of producing dreams for people. In recent years, the strategy and appeal of Bollywood productions are stylistically articulating the influence of youth culture, engaging in payback influencing that sphere of actual cultural communication. Recent Indian movies demonstrate a discernable tendency in creating the youth cultural values.

Key words: Indian movies, youth culture, audiovisual communication.

Как известно, индийская кинематография представляет собой уникальное явление, и не только потому, что Болливуд превосходит Голливуд по объему и разнообразию продукции [1]. По сути, это единственная альтернатива глобализации аудиовизуальной коммуникации, к тому же ориентированная на общечеловеческие ценности в их коренном понимании. И, что особенно важно, индийская киноиндустрия в последние годы последовательно ориентируется на молодежную аудиторию. С одной стороны, это легко объяснить тем простым фактом, что Индия лидирует в современном мире по численности тинейджеров [2], а с другой стороны, это также отражает тенденцию ювенали-

зации актуальной массовой культуры в контексте цивилизационных изменений прежде всего.

Культурный продукт как таковой всегда существует лишь в контексте человеческого восприятия и доверия, создавая тем самым эксклюзивные возможности для массовой коммуникации. Сегодня, когда фальшивые новости вызывают все меньше желания воспринимать транслируемые массово картины реальности, кинематограф обретает новые шансы. Эти шансы связаны с решением задач, невозможных в рамках потока новостей; фабрика снов, фабрика мечты открывает заново для простых людей ресурсы культурной традиции.

Молодежь живет скорее в цивилизационных, нежели в культурных ритмах [3], молодежная стилистика вполне самодостаточна в «шуме» современной жизни, закрыта для каких-либо иных культурных ресурсов, отличных от сиюминутных впечатлений. Но это лишь поверхность молодежной культуры. Будучи культурной вариацией современного человеческого существования, молодежная культура способна резонировать с глубинными смыслами и основаниями человеческой культуры как таковой. И это не только образ героя, не только активное самоутверждение молодого деятельного персонажа вопреки «косным» обстоятельствам. Критически отклоняя «вчерашнее» в сегодняшних человеческих отношениях, молодежная стилистика питается установками обнаружения подлинности, вполне благосклонна к «позавчерашним» и вообще архаичным откровениям и толкованиям, рассчитывая на своего рода вневременную симпатию человеческого самоутверждения. Да, и боги были когда-то юными, и религия, политика, наука, семья и любовь начинали свои первые детские шаги. Кинокартина дает идеальные возможности обнаружить все это для подростков, но при условии интеграции в иные стилистические формы, воспринимаемые и воспроизводимые достаточно распространено и повседневно [4]. Иными словами, пафос исключен, когда за компьютерной игрой не угнаться по части виртуальной реальности, но можно вполне предлагать радикально новые для подростков смыслы.

Стиль молодежной культуры затрагивает формальную определенность эстетического языка, перемещая его в контекст повседневных образов и узнаваемых героев; впрочем, иногда, напротив, максимальное отстранение ведет к молодежной стилистике, но уже через сближение с компьютерными играми. Экранизации индийских эпических легенд — далеко не единственное направление развития современного Болливуда.

Обилие ситуационных фильмов раскрывает всю полноту участия подростков в судьбах современного мира, что также позволяет выводить индийский культурный продукт в глобальные коммуникационные сюжеты.

Итак, современная молодежная культурная стилистика, отраженная в зеркале новейших болливудских фильмов, показывает, что:

- современный герой всегда действует релевантно ситуации, не нуждается в абсолютном самоутверждении, но способствует подтверждению абсолютных ценностей;
- увлекательность выходит совершенно за рамки развлечения, предлагая единственный выход для подростков, увлеченных виртуальностью и компьютерными играми, в офлайн;
- гендерные различия подвергаются своеобразной реновации, когда вместо стереотипов различения женского и мужского на первый план выходят равномошные конфигурации маскулинности и фемининности, когда персонажи принимают всю игру как условную, тем не менее подчеркнуто утверждая реальную силу мужского и женского начал;
- политическая пропаганда навязывает примитивные оппозиции добра и зла, а кинофильмы ищут более сложные оттенки изворотливости и утонченности в принятии решений, когда позитивный исход определяется всеми участниками и всеми возможными контекстами оценивания их действий;
- современные индийские фильмы имеют прекрасную перспективу на культурном рынке современной России именно благодаря акцентированию нетривиальных молодежных установок и стилей интерпретации представляемых на экране событий, поскольку создают серьезную альтернативу западной кинопродукции.

Литература

1. Bollywood Entertainment at its best // Bollywood Hungama : [website]. URL: <https://www.bollywoodhungama.com/> (дата обращения: 14.11.2019).
2. Youth in India. 2017 // Central statistics Office. Central Statistics Office Ministry of Statistics and Programme Implementation Government of India (Social Statistics Division). URL: <https://mospi.nic.in> (дата обращения: 14.11.2019).
3. Carles Feixa, Jordi Nofre. Youth cultures // Sociopedia.isa : [website]. URL: <https://www.researchgate.net> (accessed: 14.11.2019)
4. Manuel Castells. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. 2007. Vol. 1. P. 238–266. URL: <https://ijoc.org> (дата обращения: 14.11.2019)